



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“Influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en
estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres - Breña,
2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:

Rosa Luisa Obregon Flores

ASESOR:

Dr. Randall Jesús Seminario Unzueta

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

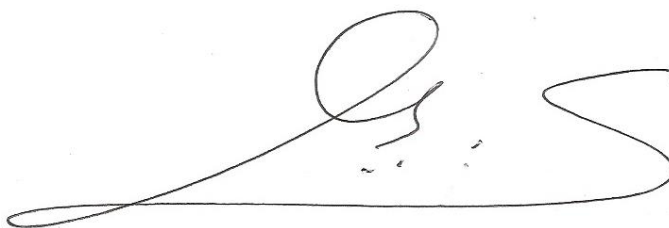
Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2017

PÁGINAS PRELIMINARES

PÁGINA DEL JURADO



Dr. Randall Jesús Seminario Unzueta
Presidente



Mg. Gladys Ferreyra Ugarte
Secretario



Mg. Katherine Orbegoso Castillo
Vocal

Dedicatoria

A mis padres y mis hermanos por todo el apoyo que me han brindado en todo este tiempo.

Agradecimiento

Agradezco a mi familia por ser ellos los que me han apoyado en cada paso que doy por este camino hacia el aprendizaje y que sin su ayuda esto no hubiera sido posible

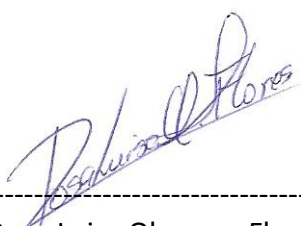
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Rosa Luisa Obregon Flores con DNI Nº 70502523, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 5 de diciembre del 2017



Rosa Luisa Obregon Flores

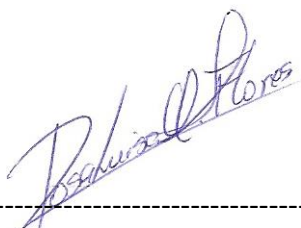
Presentación

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“Influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres - Breña, 2017”** la cual comprende los capítulos de Introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación

Atte,



Rosa Luisa Obregon Flores

Índice

	Página
PAGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
 I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos previos	13
1.3. Teorías relacionadas al tema	16
1.4. Formulación del problema	23
1.5. Justificación del estudio	24
1.6. Hipótesis	25
1.7. Objetivo	25
 II. MÉTODO	
2.1. Diseño de investigación	28
2.2. Población y Muestra	29
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
2.4. Métodos de análisis de datos	34
2.5. Aspectos Éticos	35
2.6. Operalización de las variables	36
 III. RESULTADOS	37
 IV. DISCUSIÓN	44
 V. CONCLUSIÓN	46
 VI. RECOMENDACIONES	48
 VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de investigación	56
Anexo 2: Base de datos	59
Anexo 3: Matriz de Operalización	61
Anexo 4: Fichas de validación de expertos	63
Anexo 5: Detalle de Confiabilidad de los ítems del Instrumento	73
Anexo 6: Autorización de publicación de tesis para repositorio institucional	74
Anexo 7: Evaluación de la similitud del instrumento con Turnitin	75
Anexo 8: Autorización de aprobación de tesis	76

Lista de tablas

Tabla 1 Juicio de expertos	32
Tabla 2 Validez de contenido por criterios	32
Tabla 3 Alfa de Cronbach	34
Tabla 4 Influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra”	38
Tabla 5 influencia de estereotipos del programa según físico	39
Tabla 6 influencia de estereotipos del programa según belleza	40
Tabla 7 influencia de estereotipos del programa según genero	41
Tabla 8 influencia de estereotipos del programa según clase social	42
Tabla 9 Resumen de contraste de hipótesis nula	43

Lista de figuras

Figura 1 Influencia de los estereotipos	38
Figura 2 Físico	39
Figura 3 Belleza	40
Figura 4 Género	41
Figura 5 Clase social	42

RESUMEN

La investigación realizada tuvo como objetivo describir cómo se aprecia la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres. Se utilizó la teoría del Análisis del Cultivo y la teoría del Aprendizaje Social por Imitación. El tipo de investigación fue básica, el nivel de investigación descriptiva – comparativa y diseño de investigación no experimental. Se utilizó como población a 220 alumnos de las instituciones educativas Rosa de Santa María y Hno. Anselmo María. La validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de expertos y la confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach. La recolección de datos se obtuvo a través de un cuestionario con 18 ítems con escala de 5 categorías. El análisis de los datos se hizo utilizando el programa estadístico SPSS versión 24, llegando a evidenciar que existe influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Palabras Claves: Influencia, estereotipos, programa “Esto es Guerra”

ABSTRACT

The objective of the research was to describe how the influence of stereotypes of the program "Esto es Guerra" can be seen in students of two educational institutions of men and women. The theory of cultivation and the theory of social learning by imitation were used. The type of research was basic, the level of descriptive - comparative research and non - experimental research design. 220 students of the educational institutions Rosa de Santa María and Hno. Anselmo María were used as a population. The validity of the instrument was obtained by expert judgment and reliability with the Cronbach's Alpha coefficient. Data collection was obtained through a questionnaire with 18 items with a scale of 5 categories. The analysis of the data was done using the statistical program SPSS version 24, getting to show that there is influence of stereotypes of the program "Esto es Guerra" in students of two educational institutions of men and women.

Keywords: Influence, stereotypes, program "Esto es Guerra"

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática:

En la actualidad los reality shows transmiten mensajes que brindarían estereotipos, los cuales podrían influenciar en los jóvenes a seguir ciertos aspectos de los integrantes de estos programas.

Estos programas de televisión tratarían de persuadir e influenciar al receptor presentando estereotipos de imagen, comportamientos, entre otros.

El reality show “Esto es Guerra”, emitido por América Televisión es uno de los programas más vistos por los jóvenes según IBOPE Media. Los mensajes sobre estereotipos que más se transmite en este programa es la fisonomía de los guerreros, cuerpos formados y trabajados en el gimnasio, que conllevaría a que los jóvenes quieran parecerse a los integrantes de dicho programa.

Estos programas presentan cosas positivas y negativas en los jóvenes, en el aspecto negativo el diario El Comercio dio a conocer el 16 de junio del 2015 un caso en el Cusco donde dos menores fueron hospitalizados por inyectarse petróleo en su cuerpo, debido a que deseaban obtener el cuerpo como uno de los participantes del reality show.

Estos tipos de formatos venden la idea de belleza ajena a nuestra realidad, puesto que en nuestro país no encontramos muchas personas que midan más de 1.70, ni existen muchas personas que tengan tiempo para poder ir al gimnasio, etc.

1.2. Trabajos previos:

Internacionales

Aponte y Betancourt (2014), presentó la tesis “Incidencia del reality show protagonistas de nuestra tele 2013, en las prácticas sociales de las jóvenes de grado once de la institución educativa Alfonso Jaramillo Gutiérrez”. El objetivo es comprobar si la imagen que transmite la televisión genera cambios en las prácticas sociales de los alumnos, describir si estos programas generan nuevos hábitos en los estudiantes de la institución educativa, identificar cuáles son las mediaciones que se dan en el proceso de recepción de este programa. La muestra estuvo conformada por 38 estudiantes quienes se encuentran entre los 15 y 18 años de

edad de la institución educativa Alfonso Jaramillo Gutiérrez. Se utilizó como instrumento de investigación la encuesta con preguntas cerradas, abiertas y mixtas. Los resultados muestran que no se evidencian cambios en las prácticas sociales, sino que el reality show se constituye como un espejo de su cultura.

Roche (2015), presentó la tesis de “Los estereotipos de género en la programación televisiva que ven los adolescentes”. El objetivo es determinar la percepción que los adolescentes tienen de los mensajes estereotipados de género y los valores que fomentan las series y programas de televisión. En este trabajo se utilizó una combinación de dos metodologías: una cuantitativa en forma de cuestionarios que se divide en dos partes, y una cualitativa llevada a cabo a través de entrevistas. La muestra está compuesta por 155 adolescentes entre 14 y 18 años del instituto Las Llama de Santander. Se utilizó como instrumento de investigación la encuesta que está dividida en dos partes: la primera parte se pregunta de los hábitos del estudiante a la hora de ver televisión y la segunda parte se basa en las series y programas que transmiten ciertos programas, el otro instrumento de investigación es la entrevista. Los resultados muestran que algunos de los estudiantes rompen con el estereotipo que se muestra de la mujer y el varón, pero también se confirmó que el televisor sigue jugando un papel importante en las casas de los adolescentes.

Liberio (2015), elaboró la tesis de “Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil”. El objetivo era determinar qué tan influyente es la televisión ecuatoriana en la imposición de estereotipos sociales a los jóvenes, también era establecer cuáles son los motivos por el cual los jóvenes se identifican con los personajes de estos programas, además identificar cuáles son los contenidos que más atraen a los jóvenes y determinar qué tan importantes son las restricciones horarias en el consumo de estos programas. Los métodos de investigación que se utilizaron fueron: el método científico, investigación de campo, método descriptivo, método deductivo, análisis analítico, método sintético y método explicativo. La muestra estuvo conformada por los adolescentes de la ciudad de Guayaquil. Se utilizó como instrumento de investigación el sondeo, la encuesta, la entrevista y las

fichas. Los resultados muestran que los estereotipos juegan un papel importante en la vida de estos adolescentes, puesto que los influencia mucho y los hace cambiar de criterio, identidad e ideología. Además, estos programas fomentan la discriminación, debido a que la sociedad crítica y tacha lo que a su parecer es diferente e inaceptable, también se ve que la familia ya no es el pilar fundamental, ya que los medios de comunicación ocupan ese lugar para crear estereotipos que perjudican la mayor parte en la formación de los jóvenes.

Caice y Ordoñez (2016), presentaron la tesis de “Influencia de los reality shows de tv: programas Calle 7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 a 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera”. El objetivo es analizar el impacto que ejerce el programa Calle 7 y Combate en los estudiantes del colegio Jaime Roldós Aguilera, también se determinó cuáles eran los patrones de conducta que fomentaban estos programas en los adolescentes y los comportamientos que utilizan estos programas en su contenido, La muestra estuvo conformada por alumnos del colegio Jaime Roldós Aguilera de Guayaquil. Se utilizó como instrumento Documental, entrevistas, encuestas y fichas. Los resultados muestran que los estudiantes tienen un comportamiento distinto al ver estos tipos de programas donde se produce un cambio en sus estilos de vida y conducta.

Velandia y Rincón (2014), elaboraron la tesis de “Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión”. El objetivo general de la investigación es identificar cuáles son los estereotipos de género que se utilizan en los comerciales transmitidos por televisión, y también qué relación existe entre las categorías de producto con los roles, género y el nivel de sexismo de los comerciales. El diseño de investigación se basó en la Escala de Sexismo en la publicidad de Pingree, Parker, Butler y Paisley, se incorporó un análisis de Resko y McArthur. La muestra estuvo conformada por 80 comerciales. Los resultados muestran que existen diferencias en el trato del género dentro de los comerciales, puesto que aparecen más figuras femeninas que masculinas en los escenarios públicos, además también se muestra ciertos estereotipos donde la mujer representa solo una mujer sexi, ama de casa, como objeto decorativo o en roles de dependencia.

Nacionales

Berrospi (2012), elaboró la tesis “El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012”. El objetivo es determinar el impacto que dichos programas de entretenimiento brindan en la formación y desarrollo de la identidad cultural que se dan en los alumnos de secundaria en los colegios emblemáticos. La hipótesis que se da en este proyecto es si los programas de entretenimientos ejercen un impacto negativo en la identidad cultura de los estudiantes. La investigación es mixta, contiene descriptivo correlacional y explicativo. La muestra estuvo conformada por 163 alumnos que culminaron el quinto año de secundaria en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco. Se utilizó como instrumento la encuesta y el Focus Group. Los resultados muestran que los programas distorsionan los valores, el desarrollo cultural, la realidad social y contienen un impacto negativo en los estudiantes, provocando el desconocimiento de su propia cultura y realidad.

Renke (2013) Presentó la tesis de “Influencia de los programas de concurso televisivos en la construcción de identidad cultural en jóvenes cusqueños”. El objetivo general de este trabajo fue investigar que tan influyente son los reality shows sobre los jóvenes cusqueños, además también se buscó analizar qué tipo de mensajes subliminales transmitía estos programas y también decidir si estos programas expresan la realidad de los pobladores andinos. El método que se utilizó es el inductivo. La muestra estuvo compuesta por jóvenes cusqueños mayores de 18 años de edad. El instrumento que se utilizó fue los focus group. Las conclusiones muestran que los reality shows no tienen influencia en la construcción de las identidades culturales de los jóvenes cusqueños.

1.3. Teorías relacionadas al tema:

Para comprender mejor la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en el marco teórico se profundiza los conceptos y teorías de diferentes autores.

Variable 1: Teorías**Teoría del Aprendizaje Social:**

En la teoría del Aprendizaje se plantea que los estereotipos son imitación que los jóvenes tomamos de los medios de comunicación, además los usamos en nuestra vida diaria, estos estereotipos cambian nuestra forma de pensar, actitudes y comportamientos.

Según Fuentes y Morales (2009) “La Teoría del Aprendizaje Social, desarrollada por Albert Bandura, el ser humano aprende nuevos comportamientos, costumbres y rutinas al observar a otros” (p. 21).

Esta teoría explica como las personas adoptan ciertas características de imagen, físico, rasgos, roles, comportamientos, etc. de sus modelos a seguir. Al aplicar esta teoría en la televisión nos damos cuenta que los reality show muestran diferentes mensajes y modelos estereotipados de la mujer y el varón, los cuales influyen en los jóvenes.

Fuentes y Morales nos explica que la teoría de Bandura se manifiesta en la actualidad a través de los mensajes estereotipados que transmiten los personajes del programa Esto es Guerra, que se transmite a través de América Televisión.

Es decir, para Bandura el aprendizaje consta de cuatro sub procesos: Atención, retención, producción y motivación, en cada proceso se dice que el individuo adopta las características de un modelo dependiendo de cuáles son sus metas e intereses (Fuentes y morales, 2009, p. 21).

Se puede decir que las personas adoptamos como nuestros los estereotipos que vemos en las personas que salen en la televisión, dependiendo de las metas o interés que tengamos.

Sahuquillo nos explica a través de la teoría de Bandura, que las imágenes que pasan los reality show son favorables para nuestro aprendizaje, puesto que nosotros tomamos esa imagen y nos tratamos de identificar con algún personaje del programa.

Según Sahuquillo:

Bandura nos plantea que las imágenes transmitidas a través de la televisión constituyen una situación por demás favorable para el desarrollo del aprendizaje por modelaje, puesto que los argumentos están generalmente planificados para lograr la identificación del televidente con determinados personajes, que se convierten así en modelos a imitar. (2007, p. 199).

Esta teoría nos explica que estos programas son transmitidos estratégicamente, puesto que muestran lo que el público joven le gusta o le gustaría ver, así el televidente pueda identificarse con algún personaje del programa.

Para Bandura la televisión es la mejor puerta de acceso al público ya que contiene gran poder de captación, los mensajes estereotipados que transmiten estos programas son mejor absorbidos por los jóvenes, los cuales convierten a los personajes de estos programas en sus modelos a seguir y con quienes se pueden identificar.

Teoría del Análisis del Cultivo:

La teoría del Cultivo nos plantea que la población entre más expuesta se encuentre a los medios de comunicación, mayor será la influencia que obtenga el público en su forma de pensar y actuar. Según Sahuquillo:

El máximo representante de esta teoría es George Gerbner [...] este científico y su equipo han desarrollado innumerables estudios sobre los efectos de la televisión en los procesos de socialización [...] La investigación consistía en visionar todos los programas y, a través del análisis de contenido, establecer categorías de valores que eran transmitidos. (2007, p. 203).

Para Gerbner la televisión era una gran influencia en el público, él planteo que los jóvenes se dejan dominar fácilmente por este medio y entre más expuesto este el televidente más será su forma de pensar como el medio desea.

De esta manera, Signorielli y Morgan nos plantea que la teoría del Cultivo se basa principalmente en el análisis de los contenidos que transmiten los medios de comunicación al estar el televidente expuesto constantemente.

Es decir, la teoría del Cultivo investiga los procesos institucionales que subyacen en la producción del contenido de los medios, las imágenes en el contenido de los medios y las relaciones entre la exposición de los mensajes televisivos y las creencias y conductas de la audiencia (Signorielli y Morgan, 1990, p.15). Por ende, es fundamental en este proceso de cultivo el contexto y los factores que intervienen en él, lo que significa que el género, la edad o clase social que posee el espectador crea una marcada diferencia en la perspectiva con la que verá al mundo (Gerbner 2002).

Por ello, los medios televisivos son grandes influencias para los televidentes, ya que a través de los contenidos y mensajes que se exponen en el medio, se transmiten creencias y conductas que debe seguir el televidente, además de plantearle una manera diferente de pensar sobre las cosas.

Es por ello que los jóvenes quienes son los más expuestos a la televisión distorsionan la realidad de algunos sectores y reaccionan diferente ante las situaciones.

Es decir, la idea o planteamiento básico que subyace a esta teoría del cultivo o incubado cultural responde principalmente a que «la reiterada recepción de imágenes y temáticas ofrecidas de manera uniforme y sostenida por los medios terminará por afectar nuestra forma de percibir esos asuntos, moldeando nuestra percepción (Gerbner, Morgan y Signorielli, 1996, p. 376).

De esta manera, Gebner nos explica que el televidente al estar expuesto por mucho tiempo al medio audiovisual, se expone a todos los mensajes que transmite el medio, provocando en él un efecto negativo ya que asume visiones estereotipadas sobre la concepción de la realidad

Según Sahuquillo (2007), “para Gebner la televisión es un instrumento cultural, una herramienta de la que todos hacemos uso a diario [...] pues la televisión resulta ser una abundante fuente de imágenes y mensajes que son extensamente compartidos por la mayoría del público” (p. 204).

En la actualidad la televisión es considerada como una fuente de formación de ideas y pensamientos en las personas, puesto que nos exponemos bastante a

este medio, además con el tiempo llegamos a absorber los mensajes que estos transmiten asimilándolos como nuestros.

Dimensión 1: Físico

La Real Academia Española (RAE) (2017) define: “Exterior de una persona; lo que forma su constitución y naturaleza.” (párr. 5)

El estereotipo físico es aquel que los medios de comunicación difunden como modelos sobre un buen cuerpo e imagen.

Indicador 1: Peso

La fuerza con que la tierra atrae a un cuerpo y a la magnitud de dicha fuerza (Porto & Merino, 2009, párr. 1).

Indicador 2: tez

La idea de tez también se utiliza para describir a las personas de acuerdo al color de su piel (Porto & Merino, 2009, párr. 11).

Indicador 3: Musculatura

La Real Academia Española (RAE) (2017) define: “Conjunto y disposición de los músculos” (párr. 1).

Dimensión 2: Belleza

La belleza está asociada a la hermosura. Se trata de una apreciación subjetiva: lo que es bello para una persona, puede no serlo para otra (Porto & Merino, 2009, párr. 1).

Los estereotipos de belleza son aquellos parámetros que los medios de comunicación difunden para tener una buena apariencia.

Indicador 1: Vestir

La Real Academia Española (RAE) (2017) define: “Cubrir o adornar el cuerpo con ropa” (párr. 1).

Indicador 2: Calzado

La Real Academia Española (RAE) (2017) define: “Conjunto de prendas que se usan para cubrir y adornar el pie y la pierna, incluidas medias y ligas” (párr. 6)

Indicador 3: Accesorios

Los colgantes, los aros, las pulseras, los anillos, ciertos pañuelos y los sombreros, entre otros, son accesorios de moda. Se trata de productos que no son indispensables para la vestimenta, sino que cumplen con una función decorativa o estética. (Porto & Merino, 2009, párr. 1).

Indicador 4: Peinados

Según Aguilar (s.f.) El peinado o estilo del cabello es la forma de cortarse o arreglarse el cabello [...] Los estilos del pelo se usan frecuentemente como seña de identidad cultural, social o étnica y pueden reflejar el estatus social y la individualidad (párr. 1-2)

Dimensión 3: Género

Según García (2005), "El género se puede entender como una creación simbólica que pone en cuestión el dictum esencialista de la biología es destino, trascendiendo dicho reduccionismo, al interpretar las relaciones entre varones y mujeres (p. 72).

El género es visto como las ideas que tenemos de cómo debe ser la mujer y como debe ser el varón por su biología.

Cuando nacemos somos clasificados en dos grandes grupos: niños y niñas [...] La división biológica que traemos conlleva diferencias reproductivas, pero no diferencias actitudinales, normativas, conductuales o de roles (García, 2005, p. 73).

Nosotros podremos ser diferentes biológicamente, pero estas diferencias no pueden limitar a un género a que tenga los mismos derechos que el otro, ni

mucho menos que se deje vencer por los estereotipos que plantean los medios de comunicación sobre qué debe hacer cada género.

Indicador 1: Masculino

RAE (2017) define: “Que posee características atribuidas al varón” (párr. 3)

Indicador 2: Femenino

RAE (2017) define: “Que posee características atribuidas a la mujer (párr. 3)

Dimensión 4: Clase social

Según Pérez (2016), las clases sociales son estratos que se constituyen como clases que están formadas por individuos que disponen de afinidad en cuanto a medios económicos, sus costumbres, sus ideologías, etc. (párr. 2). Estas clases sociales dividen a las personas.

Indicador 1: Alta

Son aquellas personas que constituyen el escalón más alto de la sociedad [...] en ella se encuentran los individuos que reciben los ingresos más altos, como los dueños de empresas, los ejecutivos y terratenientes (Pérez, 2016, párr. 6).

Indicador 2: Media

Son aquellas personas que gozan de mayores comodidades y posibilidades de progreso [...] sueles tener la formación necesaria para acceder a buenos empleos, aunque a su vez necesitan trabajar mucho y esforzarse para mantenerse y crecer (Pérez, 2016, párr. 5).

Las personas de la clase media son personas afortunadas porque cuentan con las necesidades básicas que debe tener el ser humano, pero también luchan por lo que desean y salen adelante. Estas personas pueden ser influenciadas por los medios de comunicación, dependiendo la situación en que se encuentren.

Indicador 3: Baja

Son aquellas personas con dificultades para satisfacer sus necesidades básicas [...] además, también son aquellas que carecen de trabajo o disponen de empleos informales o mal remunerados. (Pérez, 2016, párr. 4).

Estas personas mayormente viven en lugares donde no son cubiertas las necesidades básicas como el agua, luz, etc. Además, casi siempre están preocupados por lo que pueda pasar día a día.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cómo aprecia la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres?

1.4.2. Problemas específicos

Problema específico 1

¿Qué tan influyente es el físico que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres?

Problema específico 2

¿Qué tan influyente es la belleza que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres?

Problema específico 3

¿Cuál de los géneros es influenciado más por los estereotipos que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres?

Problema específico 4

¿Qué clase social muestra como predominante el programa “Esto es Guerra” en los alumnos de secundaria de dos instituciones educativas de varones y mujeres?

1.5. Justificación del problema

La televisión es uno de los medios que influye en la actualidad, tal y como lo explica la teoría del Cultivo y la teoría del Aprendizaje Social por Imitación, debido a que a través de este medio se les inserta una idea de cómo debe ser la realidad y cuáles son los modelos que deben imitar.

Los reality shows son un tipo de programa que estereotipan a la mujer y al hombre, puesto que ponen estándares que la sociedad en muchas ocasiones no puede alcanzar.

El aporte de este proyecto de investigación servirá para que las productoras de televisión desarrollen un mejor formato en sus producciones de entretenimiento, comuniquen una imagen equilibrada a la realidad y no estereotipada sobre la mujer y el varón

1.5.1 Teórica

De acuerdo a las dimensiones escogidas sobre los mensajes estereotipados, Bandura y Gerbner plantean que los medios de comunicación son grandes influyentes que las personas.

Al respecto, Díaz menciona lo siguiente:

[...]Los medios de comunicación, de forma inductiva, marcan las pautas en cada uno de los individuos sobre como tienen que actuar y ser, sin que exista una amplitud de bagaje que les permita hacer una selección y optimización de la información recibida. (2012, p.28).

Además, según Sahuquillo (2007), “Bandura nos plantea que las imágenes transmitidas a través de la televisión constituyen una situación por demás favorable para el desarrollo del aprendizaje por modelaje” (p. 199).

1.5.2 Práctica

Describir cómo se aprecia la influencia de los estereotipos que transmite el reality show Esto es Guerra en los alumnos y proponer que posibles soluciones se les pueden dar a las producciones para mejorar el contenido que transmiten hacia el público.

1.5.3 Metodológica

Una vez finalizada la investigación se podrá obtener posibles soluciones que se pueden brindar al programa para mejorar la calidad.

1.5.4 Social

Una vez obtenidos los resultados se tratará de ayudar a mejorar los contenidos que transmiten el programa y poder mejorar su imagen de televisión basura.

1.6. Hipótesis

Existiría influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

1.7. Objetivo

1.7.1. Objetivo general

Describir cómo se aprecia la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

1.7.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Determinar qué tan influyente es el físico que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Objetivo específico 2

Determinar qué tan influyente es la belleza que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Objetivo específico 3

Determinar qué género es influenciado más por los estereotipos que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Objetivo específico 4

Determinar qué clase social muestra como predominante el programa “Esto es Guerra” en los alumnos de secundaria de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

El tipo de investigación desarrollado fue básica. Valderrama (2013) expresa lo siguiente:

“Es conocida también como investigación teórica, pura o fundamental. Está destinada a aportar un cuerpo organizado de conocimientos científicos y no produce necesariamente resultados de utilidad práctica inmediata. Se preocupa por recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento teórico – científico, orientado al descubrimiento de principios y leyes” (Valderrama, 2013, p.164).

No experimental:

“Busca observar las variables tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 151).

Transversal:

El propósito del estudio es describir las variables en un momento determinado y único (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 151).

Nivel de estudio

Según Hernández, Fernández y Baptista señalan que:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (2010, p. 80).

Descriptivo:

El interés se encuentra en evaluar una variable para así determinar las características de la misma (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

2.2. Población y muestra

Población

Carrasco (2006) plantea: “es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (p.236).

La población de alumnos de 3ro, 4to y 5to de secundaria de las secciones A y B de la I.E. Hermano Anselmo María y la I.E. Rosa Santa María, ambas instituciones son del distrito de breña

Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2010) señalan lo siguiente: “es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población [...]” (p.173).

Fórmula para hallar la muestra (Proporción poblacional)

$$n = \frac{N \cdot Z^2 p (1 - p)}{(N - 1) e^2 + Z^2 p (1 - p)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra que desea encontrar

N= Tamaño de la población de estudio

Z= Nivel de confianza (95%)

p= Probabilidad de éxito (50%)

q= Probabilidad de fracaso (50%)

La muestra está conformada por 220 alumnos de dos instituciones educativas estatales de Breña el periodo 2017

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

- **Técnicas de recolección de datos**

La encuesta

En el presente estudio, se utilizará la técnica de la encuesta. Según Tamayo y Tamayo (2008) la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (p.24).

- **Instrumentos de recolección de datos**

El instrumento utilizado será el cuestionario y será tipo Escala Likert.

Ficha técnica del instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario sobre estereotipos de los integrantes del programa “Esto es Guerra”

Autor: Obregón Flores, Rosa Luisa

Aplicación: Individual

Finalidad: Evaluar la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres - Breña, 2017”

Ámbito de aplicación: El cuestionario se va aplicar a los 220 alumnos de las dos instituciones educativas estatales – Breña, 2017.

Materiales: Cuestionario impreso

Descripción de aplicación

Para el encuestador, debe conocer el grupo de personas a quienes va dirigido el cuestionario, y debe asegurarse que se disponga de aspectos necesarios como son: lápices o lapiceros.

Para el encuestado, el cuestionario a aplicar constará de 18 ítems y será tipo Escala Likert, que evalúan la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres - Breña. La duración es de 15 minutos aproximadamente. Las personas deben leer cada ítem y responder según su grado de conformidad. Tienen cinco opciones de respuesta:

- 1) Nunca (1)
- 2) Rara vez (2)
- 3) A veces (3)
- 4) Casi siempre (4)
- 5) Siempre (5)

En el cuestionario hay dimensiones que evalúan el desarrollo de la influencia de los estereotipos como son:

1. Físico
2. Belleza
3. Género
4. Clase Social

Descripción de las normas de aplicación

No admite respuestas en blanco (en este caso se devuelve el protocolo al evaluado para que responda, de lo contrario, se asigna una puntuación neutral).

- **Validación y confiabilidad del instrumento**
 - a) **Validez del instrumento de medición**

En la presente investigación, el instrumento que servirá para recolectar la información, será sometido a juicio de expertos. Según Hernández et

al (2013) “La validez en términos generales se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p. 200).

Para la validez del instrumento, se tendrá en cuenta la validez del contenido, que se llevará a cabo con los datos obtenidos en la evaluación de los juicios de expertos, así como por el método del promedio. En la presente investigación el instrumento será validado por cinco expertos de la UCV. Para mejor ilustración ver Tabla N°1.

Tabla 1

Juicio de expertos

Nº	EXPERTOS	INSTITUCIÓN	VALORACIÓN DE LA APLICABILIDAD
01	Dr. Oscar Lecaros Gálvez	Universidad César Vallejo	61.5%
02	Mg. Enrique Antonio Oliveros Marsall	Universidad César Vallejo	75.5%
03	Mg. Katherine Orbegoso Castillo	Universidad César Vallejo	90.6%
04	Mg. Karina Patzi Reyes Bernuy	Universidad César Vallejo	82.8%
05	Dr. Randall Jesús Seminario Unzueta	Universidad César Vallejo	80%
PROMEDIO			78.08%

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos de la UCV - 2017

Método de Promedios

Tomando como base al “Informe de Opinión de Expertos del Instrumento de Investigación”, se tabularán los datos para cada validador, obteniendo de esta manera la suma de criterios que se tomará en consideración para resolver la siguiente fórmula:

Tabla 2

$$P = \frac{\Sigma}{\text{Criterios} \times \text{validadores}}$$

Validez de contenido por criterios

Validadores		Dr. Oscar Lecaros Gálvez	Mg. Enrique Antonio Oliveros Marsall	Mg. Katherine Orbegoso Castillo	Mg. Karina Patzí Reyes Bernuy	Dr. Randall Jesús Seminario Unzueta	Σ
Criterios	Claridad	60%	60%	86%	85%	80%	371
	Objetividad	60%	80%	85%	82%	80%	387
	Pertinencia	65%	80%	85%	81%	80%	391
	Actualidad	65%	80%	86%	80%	80%	391
	Organización	60%	70%	96%	75%	80%	381
	Suficiente	65%	75%	94%	85%	80%	399
	Intencionalidad	65%	75%	95%	90%	80%	405
	Consistencia	60%	75%	95%	75%	80%	385
	Coherencia	60%	80%	92%	85%	80%	397
	Metodología	60%	80%	92%	90%	80%	402
TOTAL							3909

$$p = \frac{3909}{5000} = 78,18\%$$

50%

Interpretación: Al aplicar la fórmula, el resultado de los promedios del juicio de expertos para la validez del instrumento de investigación dio un 78.18%, lo que significa que el instrumento es considerado excelente.

b) Confiabilidad del instrumento

Confiabilidad

Para medir la confiabilidad del instrumento en mención se acudirá al estadístico Alfa de Cronbach para conocer su nivel de fiabilidad. Según Hernández et al. (2013), refiere: “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p. 200) su fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

Donde:

- α = Alfa de Cronbrach
- K= Número de ítems
- V_i = Varianza de cada ítem
- V_t = Varianza total

Para calcular el valor, se utilizará el sistema estadístico SPSS, donde el coeficiente del Alfa de Cronbach tiene valores entre 0 y 1, donde 0 es confiabilidad nula y 1 es confiabilidad total, y esto se hará con el programa estadístico SPSS.

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,865	18

Nota: IBM SPSS versión 24

Interpretación:

De acuerdo con los resultados del análisis de fiabilidad, al procesar los datos de nuestra encuesta, el Alfa de Cronbach dio como resultado ,865, lo que demuestra que el instrumento es fiable.

2.4. Métodos de análisis de datos

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiesta que obtenidos los datos es necesarios procesarlos, se debe realizar mediante una cuantificación matemática, al cual el investigador permite obtener conclusiones en relación la hipótesis planteada (p. 270).

Para el análisis de los datos y procesamiento estadístico de los mismos, se empleará técnicas estadísticas de tipo descriptivo, como las medidas de tendencia central o técnicas estadísticas inferenciales como las asociaciones o correlaciones.

La tabulación de datos: para la elaboración de esta etapa, toda la información recogida del instrumento se pasará al sistema estadístico SPSS versión 24.

2.5. Aspectos éticos

La presente tesis da uso del manual de referencias estilo APA 2017, para respetar la autoría de otros autores, escritores, teóricos, etc. que aportaron en la creación de esta investigación científica, con sus conceptos y/o investigaciones previas. La construcción del instrumento de recolección de datos se realizó con el apoyo de cinco profesionales, quienes recibieron una carta de solicitud para poder apoyar en la validación de los instrumentos, los cuales se encuentran en los anexos.

2.6. OPERALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de Valoración
Influencia de los estereotipos de los integrantes de “Esto es Guerra”	<ul style="list-style-type: none"> Según Cano (1993), los estereotipos son imitaciones cambiantes, réplicas, falsificaciones y distorsiones en las mentes individuales de hallazgos y formulaciones sistemáticas hechas por hombres (p.19). 	Físico	El estereotipo físico es aquel que los medios de comunicación difunden como modelos sobre un buen cuerpo e imagen.	Peso	2 Ítems	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
				tez	2 Ítems	
				Musculatura	1 Ítem	
		Belleza	Los estereotipos de belleza son aquellos parámetros que los medios de comunicación difunden para tener una buena apariencia.	Vestir	1 Ítem	
				Calzado	2 Ítems	
				Accesorios	1 Ítem	
				Peinados	1 Ítem	
		Género (división biológica)	El género es visto como la diferencia entre los sexos.	Masculino	3 Ítems	
				Femenino	2 Ítems	
		Clase Social	Son estratos constituidos por individuos que se dividen por medios económicos, etc.	Alta	1 Ítem	
				Media	1 Ítem	
				Baja	1 Ítem	

III. RESULTADOS

Descripción de los resultados de la variable

Objetivo general

Describir cómo se aprecia la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Tabla 4

		I.E. Hno. Anselmo María	I.E. Rosa de Santa María	TOTAL
INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS	NUNCA	21	26	47
		9,5%	11,8%	21,4%
	A VECES	63	61	124
		28,6%	27,7%	56,4%
	SIEMPRE	33	16	49
		15,0%	7,3%	22,3%
Total		117	103	220
		53,2%	46,8%	100,0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

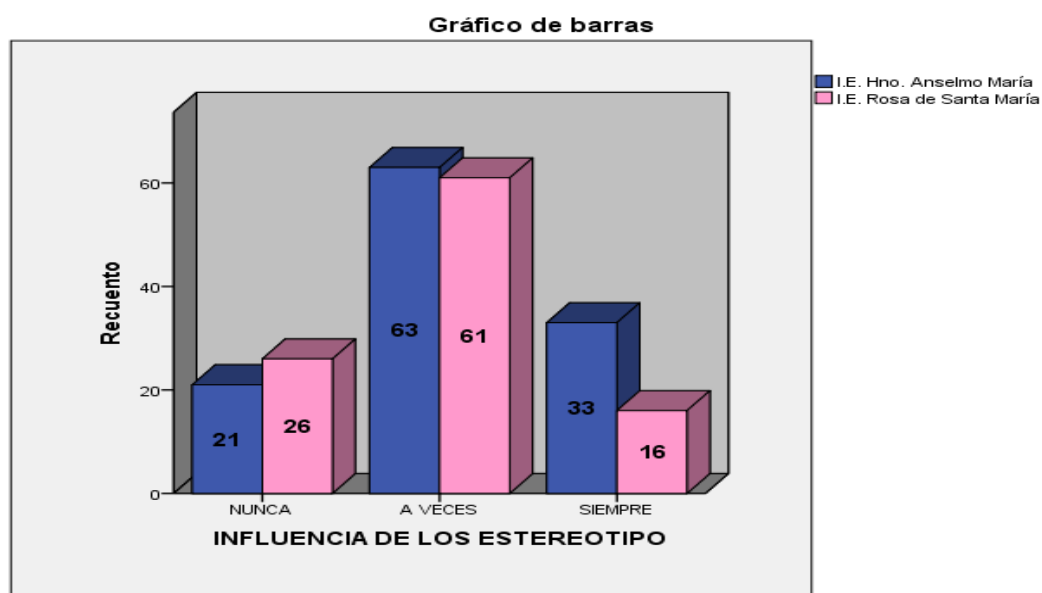


Figura 1: Barras según influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra”

Interpretación

De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el 22,3 de los cuales un 7,3% son masculinos y un 15% son femeninos se puede apreciar que si se dejan influenciar por los estereotipos de los integrantes.

Objetivo específico 1

Determinar qué tan influyente es el físico que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Tabla 5

		I.E. Hno. Anselmo María	I.E. Rosa de Santa María	TOTAL
FÍSICO	NUNCA	32	32	64
		14,5%	14,5%	29,1%
	A VECES	46	52	98
		20,9%	23,6%	44,5%
	SIEMPRE	39	19	58
		17,7%	8,6%	26,4%
Total		117	103	220
		53,2%	46,8%	100,0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

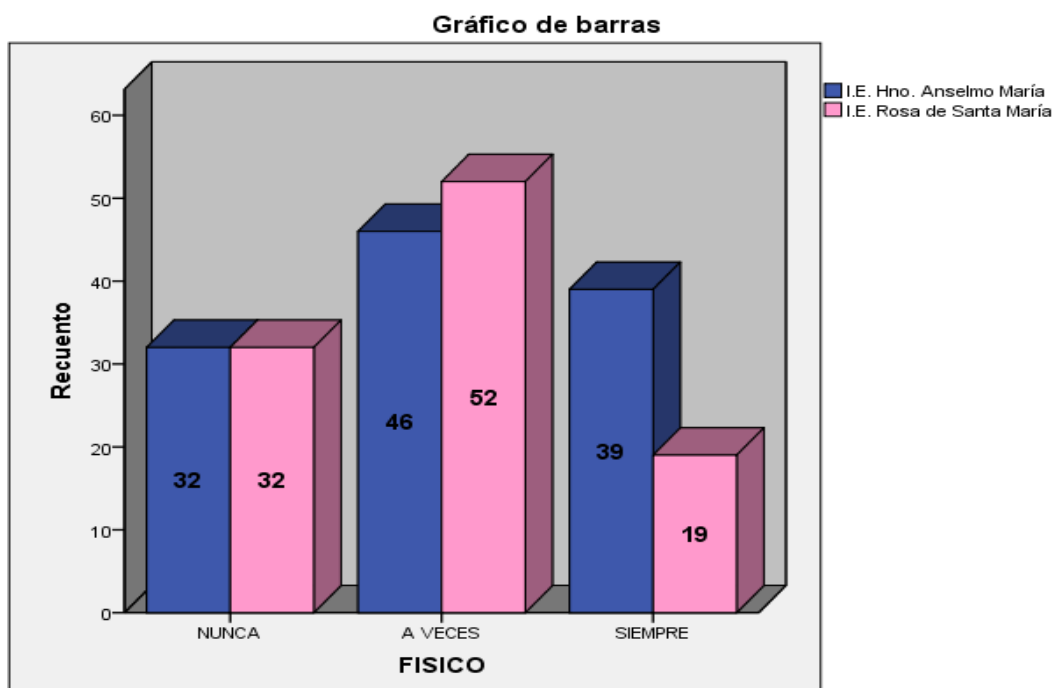


Figura 2: Barras según físico que muestra el programa “Esto es Guerra”

Interpretación

De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el 26,4% de los cuales un 8,6% son masculinos y 17,2% son femeninos se determinó que el aspecto físico de los participantes del programa si tienen influencia en los jóvenes.

Objetivo específico 2

Determinar qué tan influyente es la belleza que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Tabla 6

		I.E. Hno. Anselmo María	I.E. Rosa de Santa María	TOTAL	
BELLEZA	NUNCA	25	30	55	
		11,4%	13,6%	25,0%	
	A VECES	45	42	87	
		20,5%	19,1%	39,5%	
	SIEMPRE	47	31	78	
		21,4%	14,1%	35,5%	
		Total		117	103
			53,2%	46,8%	100,0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

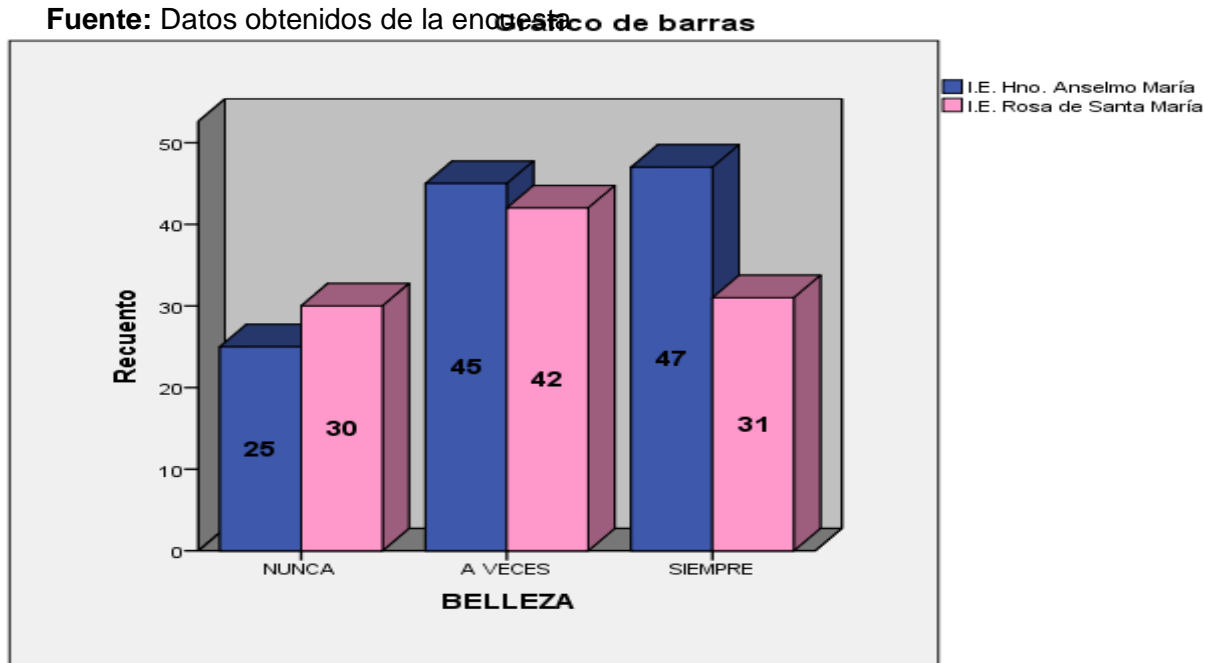


Figura 3: Barras según belleza que muestra el programa “Esto es Guerra”

Interpretación

De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el 35,5% de los cuales un 14,1% son masculinos y 21,4% son femeninos se deja influenciar por el aspecto de belleza que transmite el programa.

Objetivo específico 3

Determinar qué género es influenciado más por los estereotipos que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Tabla 7

		I.E. Hno. Anselmo María	I.E. Rosa de Santa María	TOTAL
GÉNERO	NUNCA	24	29	53
		10,9%	13,2%	24,1%
	A VECES	53	41	94
		24,1%	28,6%	42,7%
	SIEMPRE	40	33	73
		18,2%	15,0%	33,2%
Total		117	103	220
		53,2%	46,8%	100,0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

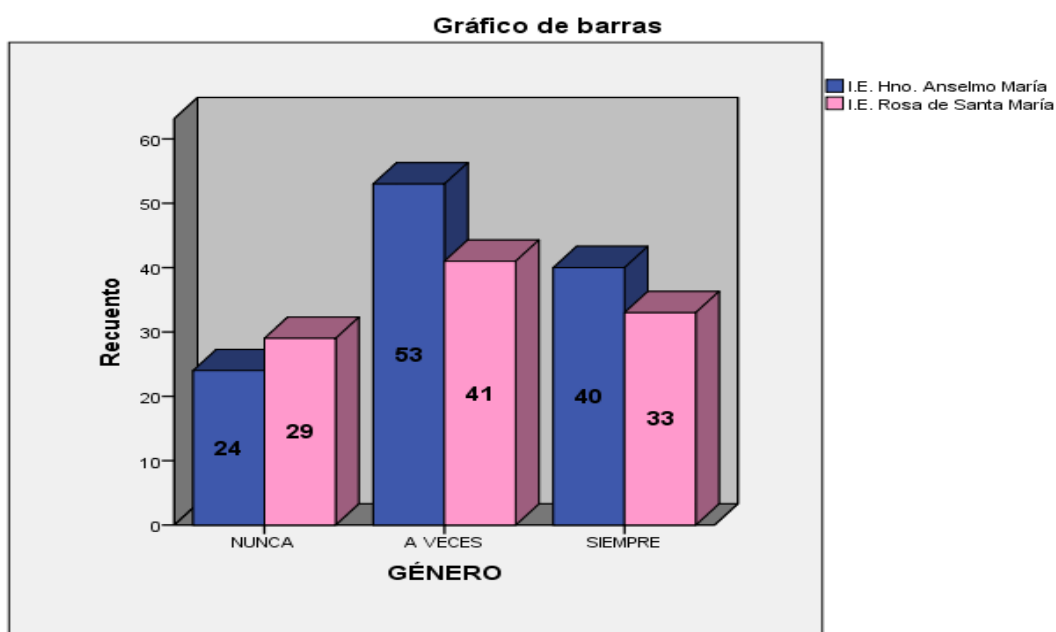


Figura 4: Barras según el Género más influenciado por el programa “Esto es Guerra”

Interpretación

De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el género más influenciado por las transmisiones de este programa es el femenino con el 18,2%, mientras que los hombres solo son influenciados en un 15%.

Objetivo específico 4

Determinar qué clase social muestra como predominante el programa “Esto es Guerra” en los alumnos de secundaria de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Tabla 8

		I.E. Hno. Anselmo María	I.E. Rosa de Santa María	TOTAL
CLASE SOCIAL	NUNCA	33	39	72
		15,0%	17,7%	32,7%
	A VECES	70	60	130
		31,8%	27,3%	59,1%
	SIEMPRE	14	4	18
		6,4%	1,8%	8,2%
Total		117	103	220
		53.2%	46.8%	100.0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

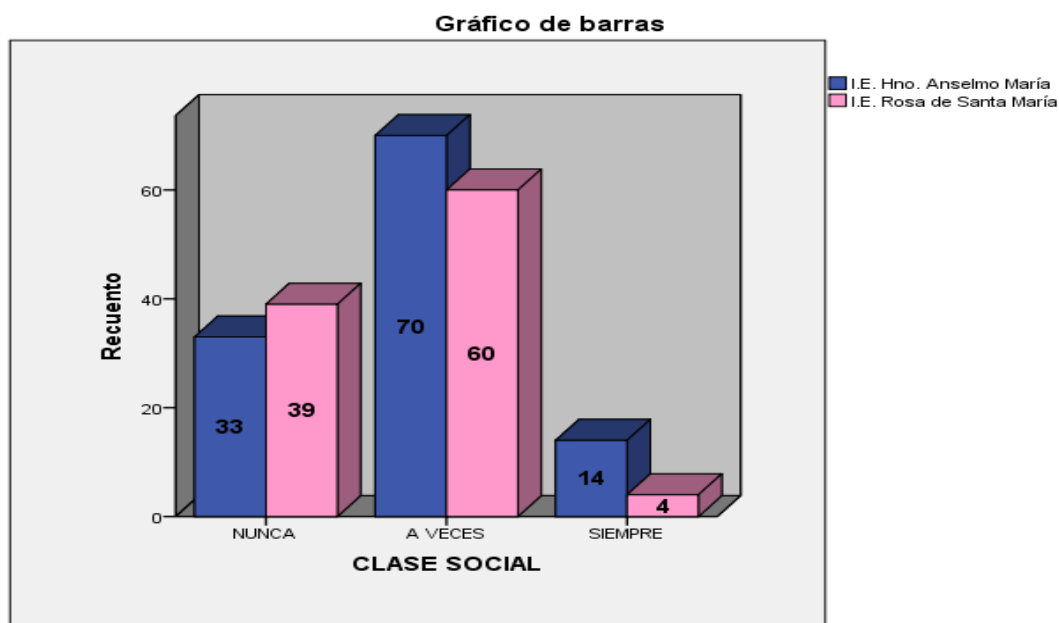


Figura 5: Barras según la clase social

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el 8,2% de los cuales un 1,8% son masculinos y 6,4% son femeninos piensan que los participantes del reality shows pertenecen a la clase alta, por lo que muestra el programa.

HIPÓTESIS

Existiría influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Hipótesis nula

No existiría influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.

Tabla 9

Resumen de contrastes de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de INFLUENCIA DE LOS ESTEROTIPO es la misma entre las categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	,029	Rechaza la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significación es ,05.

Interpretación:

Según el resultado sí existe una influencia significativa de los estereotipos del programa “Esto es Guerra” tanto en los hombres como en las mujeres de las dos instituciones educativas estatales.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación describe la influencia de algunos estereotipos que se presentan en el programa de televisión “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres - Breña, 2017

En relación al objetivo general, que es determinar la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra”, nuestros resultados fueron que el 22,3% presenta influencia por parte del programa que contrasta con los resultados de la investigación realizada por Libero (2015).

En relación al objetivo específico 1 que consiste en determinar qué tan influyente es el físico que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas, nuestros resultados fueron que el 26,4% presentó gran influencia por parte del físico que muestra el reality show, lo cual difiere de Aponte y Betancourt (2014) puesto que en su investigación no lo ven como una influencia de estereotipos sino ven a la televisión como un espejo de la cultura.

En relación al objetivo específico 3 que consiste en determinar qué género es influenciado más por los estereotipos que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres, nuestros resultados fueron que el género que más se deja influenciar es el femenino con el 18,2%, mientras que los hombres solo son influenciados en un 15%. Este resultado difiere de los resultados de la investigación de Roche (2015) donde muestran que algunos estudiantes rompen con el estereotipo que le muestran de la mujer y el varón y no se dejan influenciar tan fácilmente por la televisión.

En relación al objetivo específico 4 que consiste en determinar qué clase social muestra como predominante el programa “Esto es Guerra”, los resultados nos muestran que el 8,2% de los cuales un 1,8% son masculinos y 6,4% son femeninos piensan que los participantes del reality shows pertenecen a la clase alta, por lo que muestra el programa. Los resultados de la investigación de Caice y Ordoñez (2015) son similares, puesto que, nos muestran que los programas transmiten un estilo de vida y conducta diferente a la realidad del televidente.

V. CONCLUSIÓN

- Primera:** De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el 22,3% de los cuales un 7,3% son masculinos y un 15% son femenino. Se determinó que si se dejan influenciar por los estereotipos de los integrantes.
- Primera:** De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el 26,4% de los cuales un 8,6% son masculinos y 17,2% son femeninos. Se determinó que el aspecto físico de los participantes del programa si tienen influencia en los jóvenes.
- Segunda:** De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el 35,5% de los cuales un 14.1% son masculinos y 21,4% son femeninos. Se determinó que el aspecto de belleza que transmite el programa influye en los alumnos de las dos instituciones educativas.
- Tercera:** De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el género más influenciado por las transmisiones de este programa es el femenino con el 18,2%, mientras que los hombres solo son influenciados en un 15%. Se determinó que el género femenino es el más influenciado por el programa televisivo “Esto es Guerra”.
- Cuarta:** De la encuesta aplicada a los estudiantes de dos instituciones educativas, se obtuvo que el 8,2% de los cuales un 1,8% son masculinos y 6,4% son femeninos piensan que los participantes del reality shows pertenecen a la clase alta. Con esto se determinó que el reality show influye en los alumnos para poder alcanzar la clase social alta, a la cual pertenecen algunos de los participantes de dicho programa.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Se debe seguir investigando sobre la influencia que tiene los programas de entretenimientos en los alumnos y cómo estos pueden alterar su realidad de estos.

Segunda: Los docentes y padres de familia deben preocuparse más por los programas que ven los alumnos, debido a que los reality shows llegan a influenciar sobre el aspecto físico.

Tercera: Los medios de comunicación deberían empezar a mostrar personajes que se asemejen a la mayoría de la población y dejar de vender a través de la televisión diferentes aspectos de belleza que no corresponde.

Cuarta: El reality show debería promover más la educación y el incentivo a salir adelante, mejorar el formato del programa y de esta manera algunas personas dejarán de pensar en es televisión basura.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010) Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hil interamericana.
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). El proceso de la Investigación Científica. (4ta Edición).México: Limusa
- Gerson, G.; Morgan, M. Y Signorielli, N. (1996) Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. Estados Unidos.
- Cano, J. (1993). Los estereotipos sociales: El proceso de perpetuación a través de la memoria selectiva. España: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/1/S1001901.pdf>
- Aponte, H. y Betancourt, L. (2014). Incidencia del reality show protagonistas de nuestra tele 2013, en las prácticas sociales de las jóvenes de grado once de la institución educativa Alfonso Jaramillo Gutiérrez. Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/4988/3/022345A644.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chapoñan, L. (s.f.). La influencia de los realities juveniles en niños y jóvenes del Perú. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/256728532/LA-INFLUENCIA-DE-LOS-REALITIES-JUVENILES-EN-NINOS-Y-JOVENES-DEL-PERU-docx>
- Liberio, M. (2015). Análisis de la influencia de los realitys shows nacionales en la formación de los estereotipos sociales en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil. Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9049/1/Tesis%20completa.pdf>
- Fuentes, D. y Morales, C. (2009). La imagen de las jóvenes universitarias a partir de los estereotipos de la mujer presentados en los reality show: Dr. 90210, no te lo pongas y american next top model. Universidad Don Bosco, El Salvador. Recuperado de

http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/1922/1/46340_2009tesis.pdf

García, M. y Rubio, J. (2004). La influencia de los medios de comunicación en las imágenes femeninas. Actitudes, hábitos y comportamientos de las mujeres con respecto a la belleza y el cuerpo. Universidad de Huelva, España. Recuperado de <http://publica.webs.ull.es/upload/REV%20CLEPSYDRA/03-2004/06>

[%20\(Marta%20Ruiz%20Garc%C3%ADa%20y%20otra\).pdf](#)

Lippmann, W. (2003). La opinión pública. España: In Actuales Langre. Recuperado de https://es.scribd.com/doc/245533060/La-Opinion-Publica-Walter-Lippmann#fullscreen&from_embed

Roche, E. (2015). Los estereotipos de género en la programación televisiva que ven los adolescentes. Universidad de Cantabria, España. Recuperado de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/6816/RocheDiezElena.pdf?sequence=1>

Signorielli, N. Y Morgan, M. (1990) Cultivation Analysis-. New directions in Media Effects Research. Estados Unidos: Sage. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=Wde2AAAAIAAJ&q=Cultivation+Analysis-.+New+directions+in+Media+Effects+Research&dq=Cultivation+Analysis-.+New+directions+in+Media+Effects+Research&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwipjpeY27rUAhVLOiYKHTv9BHIQ6AEIJDA>

Sahuquillo, P. (2007) Algunas aportaciones teóricas a la influencia de la televisión en el proceso de socialización de la infancia. España: Ediciones Universidad de Salamanca. Recuperado de <http://revistas.usal.es/index.php/1130-3743/article/viewFile/3260/32>

- Perez, J. (2016). Clase social. Recuperado de <http://definicion.de/clase-social/>
- Caice, L. y Ordoñez, A. (2016). Influencia de los reality shows de tv: programas Calle 7 y Combate, en la conducta de los adolescentes entre 12 y 16 años del colegio Jaime Roldós Aguilera. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1382/1/T-ULVR-1393.pdf>
- Díaz, L. (2012). Teorías de la Comunicación. México: Red Tercer Milenio S.C. Recuperado de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Teorias_de_la%20comunicacion.pdf
- Valencia, A. (s.f.) teoría de la Aguja Hipodérmica. Universidad de las Américas Puebla. México. Recuperado de <http://web.udlap.mx/co21502/primeros-estudio/>
- Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española: Estereotipo. España. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=GqSjqfE>
- Campos, L., Fernández, A., García, M. y Gallardo, M. (s.f.) ¿Qué es un efecto mediático? Recuperado de <https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjknIPNmrrUAhUBXT4KHfcwAXUQFgg8MAQ&url=https%3A%2F%2Ffuturoscomunicadores.files.wordpress.com%2F2008%2F11%2Ftrabajo-psicologia-efectos-mediaticos.doc&usg=AFQjCNFjNT1vl3MBbyRTEqFsnSM8vrK8yw&sig2=11cWCxLEUXyhnR8XpLtmBw>
- Berrosapi, V. (2014). El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/3740/1/Berrosapi_cv.pdf

- Gerrig, R. & Zimbardo, P. (2005). *Psicología y Vida*. España: Pearson Education. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=3-l4Z1dAxo0C&pg=PA558&dq=prejuicios+en+la+television&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiNgtiVssrUAhXGFT4KHxOAAm4FBD0AQg2MAQ#v=onepage&q=prejuicios%20en%20la%20television&f=false>
- Nava, A., Guillermo, B., Lozano, G. y Munive, A. (2013). Generación de estereotipos en los receptores por los programas de entretenimiento en televisión abierta de México. Recuperado de <https://comunibuapos.wordpress.com/ensayos/generacion-de-estereotipos-en-los-receptores-por-los-programas-de-entretenimiento-en-television-abierta-de-mexico/>
- Pérez, J. & Gardey, A. (2013). Definición de reality show. Recuperado de <http://definicion.de/reality-show/>
- Saberia (s.f.). ¿Qué es un reality show? Recuperado de <http://www.saberia.com/que-es-un-reality-show/>
- García, P. (2005). *Identidad de género: Modelos explicativos*. Recuperado de <file:///D:/Descargas/Dialnet-IdentidadDeGenero-1710824.pdf>
- Stangor, C. (s.f.). *Stereotypes and Prejudice*. Estados Unidos: PSYCHOLOGY PRESS. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=3yJm1h1ObIEC&printsec=frontcover&dq=prejudice&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjWwIO00vDXAhWIk-AKHPhD2oQ6AEIRTAE#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

ANEXO N°1

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Universidad Cesar Vallejo

Escuela Profesional de Ciencia de la Comunicación

Cuestionario sobre la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres - Breña, 2017

Buenos tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca de la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres – Breña en el periodo 2017. Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo para responder con las siguientes preguntas del cuestionario:

Instrucciones: Marcar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

CUESTIONARIO							
VARIABLE 1: Influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra”							
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE ESCALA					
		Nunca	Rara vez	A veces	Casi siempre	Siempre	
		1	2	3	4	5	
Físico	Peso						
	1	¿Consideras que el aspecto físico es lo más importante?					
	2	¿Consideras que el peso ideal de la persona para participar en estos programas debe ser 60 kilos en el caso de las mujeres?					
	Tez						

	3	¿Consideras que las personas de tez blanca tienen mayor acogida en el programa Esto es Guerra?					
	4	¿Piensas que el programa esto es guerra diferencia a sus integrantes por el color de su piel?					
	Musculatura						
	5	¿Te gustaría contar con el físico tienen los participantes de Esto es Guerra?					
Belleza	Vestir						
	6	¿Te gusta la ropa "deportiva" de los integrantes de este programa?					
	Calzado						
	7	Al utilizar zapatillas de marca ADIDAS, NIKE, REEBOK, PUMA, etc. ¿te identificas con el programa?					
	8	¿Consideras que al usar estas zapatillas eres un triunfador?					
	Accesorios						
	9	¿Crees que al utilizar los accesorios que muestran las integrantes del programa te identificas con ellos?					
	Peinados						
	10	¿Te gustaría obtener los peinados que tienen los integrantes de Esto es guerra para tu imagen personal?					
Género	Masculino						
	11	¿Crees que un integrante hombre del programa Esto es Guerra transmite debilidad cuando llora?					
	12	¿Crees que los hombres de Esto es Guerra deberían sentir miedo a los juegos de la competencia?					
	13	¿Te gustaría ser como alguno de los personajes de Esto es Guerra?					
	Femenino						

	14	¿Crees que las mujeres del programa Esto es Guerra se ven débiles cuando lloran?					
	15	¿Te gustaría competir en el programa Esto es Guerra??					
Clase Social	Alta						
	16	¿Crees que los integrantes de este programa viven en AA.HH?					
	Media						
	17	¿Crees que los integrantes de este programa viven con comodidades?					
	Baja						
	18	¿Quieres tener la vida que llevan ellos?					

Fuente: Universidad Cesar Vallejo 2017

Autor: Obregón Flores, Rosa Luisa

ANEXO N° 2

BASE DE DATOS

BASE DE DATOS DE LA PRUEBA																					
Físico					Belleza					Género					Clase social						
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18				
4	4	5	3	3	19	4	2	3	3	15	3	2	4	4	17	1	4	4			9
5	3	4	2	3	17	4	3	3	2	14	4	4	3	3	17	1	3	2			6
4	4	4	4	4	20	5	5	5	3	21	3	3	5	5	19	1	4	4			9
5	5	5	4	4	23	4	3	3	4	18	5	5	5	4	24	1	5	5			11
4	4	4	4	4	20	5	5	3	5	22	5	4	4	3	18	1	4	5			10
4	4	3	4	3	18	4	3	2	2	15	1	4	1	1	8	1	3	4			8
5	4	5	2		19	5	5	4	4	21	2	3	5	5	19	1	3	2			6
4	5	4	3		19	2	2	5	2	15	3	3	4	5	17	1	3	5			9
4	4	3	3	5	19	5	4	5	3	21	5	5	3	4	22	1	3	4			8
3	3	4	2	4	16	3	5	4	3	20	2	2	5	5	18	1	2	3			6
5	4	5	5	4	23	4	3	3	5	19	3	1	5	4	17	1	5	5			11
5	4	5	4	5	23	3	3	5	4	20	5	1	4	4	19	1	5	3			9
4	3	4	2	3	16	4	5	3	2	16	4	2	3	3	15	1	3	2			6
5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	22	5	4	5	4	23	1	3	5			9
4	4	5	4	5	22	4	5	4	4	19	5	3	4	5	21	1	5	5			11
4	3	4	3	2	16	5	4	3	3	18	4	5	3	3	19	1	3	3			7
4	4	5	4	3	20	4	3	5	4	19	5	3	4	5	19	1	4	1			6
5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	23	4	1	5	4	18	1	5	5			11
4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	15	2	4	4	3	17	1	3	4			8
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	25	5	1	1	5	17	1	5	5			11
4	3	3	3	5	18	3	3	3	5	18	4	4	3	5	20	1	4	4			9
5	3	2	4	3	17	3	2	4	4	15	3	2	4	4	17	1	4	5			10
5	5	5	2	5	22	5	3	3	4	20	5	3	3	4	20	1	3	4			8
4	5	5	5	3	22	3	4	4	5	21	5	4	5	5	24	1	4	4			9
4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	21	3	2	5	4	18	1	2	5			8
3	2	2	4	3	14	4	2	4	4	15	1	1	1	4	8	1	1	3			5
4	5	4	4	5	22	4	4	3	3	19	5	4	2	3	19	1	4	4			9
4	5	4	3	5	21	5	2	3	3	17	5	2	3	3	17	1	2	4			7
2	5	4	4	4	19	5	3	4	5	20	4	1	5	5	18	1	5	3			9
3	4	2	2	5	16	4	3	5	4	21	5	4	2	4	20	1	4	3			8
4	3	5	4	3	19	5	2	4	3	19	4	4	3	4	20	1	4	3			8
4	5	5	4	3	21	5	4	5	3	21	4	5	5	4	22	1	5	5			11
1	2	2	1	5	11	3	2	2	4	14	3	3	4	3	17	1	3	2			6
4	5	5	5	4	23	4	4	5	3	21	4	2	5	4	20	1	5	4			10
5	4	5	4	5	23	4	4	5	2	19	5	4	5	4	22	1	4	5			10
4	4	2	3	4	17	3	3	3	5	17	3	3	4	5	18	1	4	4			9
2	1	4	3	3	13	5	4	3	3	19	5	2	5	3	19	1	2	5			8
5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	24	4	4	4	5	22	1	4	4			9

2	3	3	4	3	2	15	4	2	2	3	4	15	4	1	3	2	4	14	1	5	3	9
2	2	4	3	4	2	15	5	1	1	1	1	9	1	3	1	1	1	7	1	3	1	5
2	3	3	5	4	2	17	2	2	1	2	3	10	2	2	1	1	1	7	2	3	1	6
2	3	3	5	4	3	18	5	4	3	3	3	18	2	2	2	2	3	11	1	4	3	8
2	4	4	4	3	3	18	4	3	2	2	4	15	4	3	3	3	2	15	1	2	1	4
2	3	3	3	5	2	16	2	2	1	2	3	10	2	2	1	1	1	7	2	3	1	6
2	1	2	1	3	3	10	3	2	1	2	2	10	1	3	2	1	3	10	1	3	2	6
2	2	1	2	2	1	8	5	1	2	2	2	12	3	1	2	1	4	11	1	5	2	8
2	5	1	1	2	1	10	5	1	2	2	2	12	3	4	1	2	1	11	1	1	4	6
2	1	1	1	5	1	9	5	1	2	2	2	12	3	1	2	1	4	11	1	5	2	8
2	3	4	5	2	3	17	2	1	1	3	3	10	3	2	2	4	2	13	1	5	3	9
2	4	3	2	2	4	15	4	3	3	3	2	15	4	1	1	1	3	10	1	5	2	8
2	2	2	1	2	3	10	2	2	1	1	1	7	4	5	2	4	5	20	1	2	2	5
2	3	2	1	2	2	10	1	3	2	1	3	10	4	2	2	3	4	15	1	1	1	3
2	5	1	2	2	2	12	3	1	2	1	4	11	5	1	1	1	1	9	1	2	1	4
2	2	3	4	5	2	16	2	1	4	5	3	15	1	5	5	3	1	15	1	3	3	7
2	2	2	3	3	5	15	5	2	5	3	3	18	1	3	5	3	1	13	1	5	1	7
2	3	3	3	5	3	17	3	3	5	4	4	19	4	3	5	4	1	17	1	4	5	10
2	3	2	4	3	3	15	2	4	4	2	3	15	2	4	4	4	1	15	1	5	4	10
2	5	5	2	5	5	22	3	3	4	5	5	20	3	3	4	5	1	16	1	4	5	10
2	5	5	5	3	3	21	4	4	5	5	5	23	4	5	5	5	1	20	2	4	4	10
2	3	2	4	2	5	16	5	2	5	3	2	17	5	2	5	2	1	15	2	5	5	12
2	4	4	5	3	3	19	4	2	1	1	1	9	1	3	3	1	5	13	1	3	4	8
2	5	3	4	2	3	17	4	3	5	5	5	22	3	5	5	5	3	21	1	4	4	9
2	4	4	4	4	4	20	5	5	1	3	1	15	2	1	1	2	2	8	1	2	5	8
2	5	5	5	4	4	23	4	3	2	3	4	16	3	5	5	3	5	21	1	1	3	5
2	4	4	4	4	4	20	5	5	1	1	4	16	4	4	4	4	4	20	1	4	4	9
2	4	4	3	4	3	18	4	3	3	5	3	18	4	3	4	3	4	18	1	2	4	7
2	5	4	5	2	3	19	5	5	4	5	3	22	4	1	5	5	3	18	1	5	3	9
2	2	2	1	2	3	10	2	2	5	4	5	18	5	4	2	4	5	20	1	4	3	8
2	5	4	3	3	3	18	2	2	4	3	5	16	4	4	3	4	5	20	1	4	3	8
2	4	3	2	2	4	15	4	3	5	3	4	19	4	5	5	3	4	21	1	2	5	8
2	2	2	1	2	3	10	2	2	2	4	3	13	3	3	4	4	3	17	1	2	2	5
2	3	2	1	2	2	10	1	3	5	3	5	17	4	2	5	3	5	19	1	2	4	7
2	5	1	2	2	2	12	3	1	5	2	4	15	5	4	5	3	5	22	1	3	5	9
2	5	1	2	2	2	12	3	4	3	5	3	18	3	3	4	4	4	18	1	3	4	8
2	2	1	4	3	3	13	5	4	3	3	4	19	5	2	5	3	3	18	1	2	5	8
2	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	4	4	4	2	1	15	1	3	4	8
2	3	3	3	2	4	15	3	3	2	4	4	16	4	3	2	4	4	17	1	3	4	8
2	3	5	4	2	3	17	2	2	3	4	3	14	5	4	4	4	4	21	1	4	3	8
2	3	3	5	2	4	17	2	5	5	4	3	19	5	3	5	5	5	23	1	3	3	7
2	5	4	5	2	4	20	2	5	5	5	3	20	5	5	3	5	5	23	1	5	5	11

ANEXO N° 3

MATRIZ DE OPERALIZACIÓN

				OPERACIONALIZACIÓN				
Identificación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Diseño Metodológico
General	General	General						
¿Cómo aprecia la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres?	Describir cómo se aprecia la influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.	Existiría influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.	Estereotipos de los integrantes del programa Esto es Guerra	Físico	Peso	2 Ítems	ORDINAL	Población: 220 aproximadamente de alumnos de dos instituciones educativas estatales de Breña el periodo 2017. Muestra: 220 aproximadamente de alumnos de dos instituciones educativas estatales de Breña el periodo 2017 Tipo de Investigación: Básica Nivel de Investigación: Descriptivo Comparativo Diseño: No Experimental de corte transversal Método de Investigación:
					Tez	2 Ítems		
					Musculatura	1 Ítem		
Específicos	Específicos			Belleza	Vestir	1 Ítem		
¿Qué tan influyente es el físico que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres?	Determinar qué tan influyente es el físico que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos				Calzado	2 Ítems		
					Accesorios	1 Ítem		

	instituciones educativas de varones y mujeres.				Peinados	1 Ítem		1. Técnicas de Obtención de Datos: La Encuesta 2. Instrumento para obtener datos: Cuestionario=Escala Likert 3. Técnica para el procesamiento de datos: Programa estadístico SPSS Versión 24
¿Qué tan influyente es la belleza que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres?	Determinar qué tan influyente es la belleza que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.			Género (división biológica)	Masculino	3 Ítems		
					Femenino	2 Ítems		
¿Cuál de los géneros es influenciado más por los estereotipos que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres?	Determinar qué género es influenciado más por los estereotipos que muestra el programa “Esto es Guerra” en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres.			Clase Social	Alta	1 Ítem		
					Media	1 Ítem		
¿Qué clase social muestra como predominante el programa “Esto es Guerra” en los alumnos de secundaria de dos instituciones educativas de varones y mujeres?	Determinar qué clase social muestra como predominante el programa “Esto es Guerra” en los alumnos de secundaria de dos instituciones educativas de varones y mujeres.				Baja	1 Ítem		

ANEXO Nº 4

FICHAS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

- Dr. OSCAR LECAROS GÁLVEZ



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: LECAROS GÁLVEZ OSCAR
I.2. Especialidad del Validador: DOCTOR
I.3. Cargo e Institución donde labora: CATEDRÁTICO - INVESTIGADOR
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: ENCUESTA
I.5. Autor del instrumento: Obregón Flores, Rosa Luisa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado			60%		
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica			60%		
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				65%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				65%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.			60%		
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.			60%		
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				65%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.			60%		
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento			60%		
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.			60%		
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....
.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

61.5%

San Juan de Lurigancho, ____ de ____ del 2017.

Firma de experto informante

DNI:

Teléfono:

06033288
916384835

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Influencia de estereotipos del programa "Esto es Guerra"

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 12			
Ítem 17			
Ítem 18			



Firma de experto informante

DNI:

Teléfono:

06023288
956384835

- Mg. ENRIQUE ANTONIO OLIVEROS MARSALL



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Oliveros Marsall, Enrique Antonio
 I.2. Especialidad del Validador: Magister
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad Cesar Vallejo
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: Obregón Flores, Rosa Luisa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado			60%		
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				70%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				75%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				75%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				75%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75.5%

San Juan de Lurigancho, ____ de ____ del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 10314215

Teléfono: 993322668

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra”

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		

862

Firma de experto informante

DNI: 10314215

Teléfono: 993322668

- Mg. KATHERINE ORBEGOSO CASTILLO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: ORBEGOSO CASTILLO KATHERINE
 I.2. Especialidad del Validador: AUDIOVISUALES
 I.3. Cargo e Institución donde labora: UNFV, UPN, UCU
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: Obregón Flores, Rosa Luisa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					86
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					85
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					86
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					96
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					94
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					95
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					95
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					92
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					92
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90.6%

San Juan de Lurigancho, 13 de NOVIEMBRE del 2017.

1 meub

Firma de experto informante

DNI: 40479590

Teléfono: 954 882251

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Influencia de estereotipos del programa "Esto es Guerra"

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: 40479590

Teléfono: 954 882251

- Mg. KARINA PATZI REYES BERNUY



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Reyes Bernuy, Karina Patzi
 I.2. Especialidad del Validador: Maestra en Periodismo y Comunicación Multimedia
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente / UCV
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: Obregón Flores, Rosa Luisa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					82%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					81%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				75%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Instrumento aplicable a la investigación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

82.8%

San Juan de Lurigancho, 14 de Noviembre del 2017.

.....

Firma de experto informante

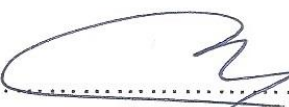
DNI: 09287659

Teléfono: 963 839911

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Influencia de estereotipos del programa "Esto es Guerra"

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: 09287659

Teléfono: 963 839911

- Dr. RANDALL JESÚS SEMINARIO UNZUETA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: SEMINARIO UNZUETA, RANDALL JESÚS
 I.2. Especialidad del Validador: DR EN EDUCACIÓN
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - UCV
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: Rozo Luis Obregón Flores

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					80%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					80%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					80%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					80%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					80%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					80%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					80%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					80%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					80%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					80%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						80%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

San Juan de Lurigancho, ____ de ____ del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 43311504

Teléfono: 997175245

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Influencia de estereotipos del programa "Esto es Guerra"

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

DNI: 43311504

Teléfono: 997175245

ANEXO N° 5

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Item1	52,92	151,491	,481	,858
Item2	52,86	149,291	,604	,853
Item3	52,56	152,494	,504	,857
Item4	52,76	158,439	,376	,862
Item5	52,68	149,688	,609	,853
Item6	52,38	156,245	,412	,861
Item7	52,95	149,970	,603	,853
Item8	52,77	148,681	,610	,853
Item9	52,75	151,467	,518	,856
Item10	52,52	149,237	,604	,853
Item11	52,57	150,867	,547	,855
Item12	52,98	155,164	,422	,860
Item13	52,68	147,926	,587	,853
Item14	52,45	151,591	,528	,856
Item15	52,61	152,869	,476	,858
Item16	54,25	176,344	-,220	,884
Item17	52,55	158,677	,336	,864
Item18	52,53	151,237	,548	,855

ANEXO N° 6

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo Rosa Luisa Obregón Flores, identificado con DNI N° 70502523, egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Influencia de estereotipos del programa "Esto es Guerra" en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres - Breña, 2017"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



FIRMA


DNI: 70502523

FECHA: 05. de Noviembre. del 2017.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

ANEXO N° 7

Evaluación de la similitud del instrumento con Turnitin



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“Influencia de estereotipos del programa “Esto es Guerra” en
estudiantes de dos instituciones educativas de varones y mujeres - Breña,
2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:
Obregón Flores, Rosa Luisa

ASESOR:

Resumen de coincidencias

16 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

1	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	3 %	>
2	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %	>
3	gredos.usal.es Fuente de Internet	1 %	>
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %	>
5	www.arias.or.cr Fuente de Internet	1 %	>
6	www.contradictio.es Fuente de Internet	1 %	>
7	repositorio.utp.edu.co Fuente de Internet	1 %	>

Anexo N° 8



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

GLADYS FERREYRA UGARTE

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ROSA LUISA OBREGÓN FLORES

INFORME TITULADO:

Influencia de Estereotipos del Programa "Esto es Guerra"
en estudiantes de dos instituciones educativas de varones y
Mujeres - Breña 2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

SUSTENTADO EN FECHA: _____

NOTA O MENCIÓN: _____



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN